

PENGARUH RELIGIUSITAS, SIKAP, DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP NIAT BELI PRODUK WARDAH BERLABEL HALAL

Teguh Samudra¹, Linda Wati²

¹ Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

Email: tsamudra67@yahoo.com, lindawati@bunghatta.ac.id

A. PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat tentang tingkat keamanan kosmetika yang digunakan sudah semakin meningkat seiring dengan munculnya berbagai macam kasus dari dampak berbahayanya dalam kosmetik. Akan tetapi, kesadaran masyarakat muslim untuk memperhatikan kehalalan kosmetik tersebut masih rendah. Produk kosmetik memang tidak dimakan dan tidak masuk ke dalam tubuh. Oleh karena itu produk kosmetik dikaitkan dengan masalah suci atau najis. Badan atau kulit kita menjadi najis apabila menggunakan kosmetik yang mengandung bahan-bahan haram. Bahan-bahan haram atau najis tersebut seperti sodium heparin yang berasal dari hewan babi yang ditemukan pada beberapa produk krim nutrisi kulit dan krim anti jerawat. Shiffman dan Kanuk (2008) mengemukakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam memilih produk yang akan dibeli seperti psikologi konsumen (meliputi motivasi, persepsi, kepribadian, dan sikap), lingkungan sosial budaya (meliputi keluarga, kelas sosial, dan sub-budaya), dan paduan dari bauran pemasaran. Menurut Nasrullah (2015) yang menyatakan bahwa religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan

dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap niat beli produk wardah berlabel halal pada Masyarakat Kota Bukittinggi?
2. Apakah sikap berpengaruh terhadap niat beli produk wardah berlabel halal pada Masyarakat Kota Bukittinggi?
3. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap niat beli produk wardah berlabel halal pada Masyarakat Kota Bukittinggi?

B. METODOLOGI PENELITIAN

Objek adalah masyarakat yang menggunakan produk kosmetik wardah di Kota Bukittinggi. Jumlah sampel sebanyak 80 orang responden. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini yaitu *probability sampling*. model penelitian yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Teknik Analisa Data menggunakan *software Partial Least Square* (PLS).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Hipotesis

Arah	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)	P Values	Keterangan
Religiusitas-> Niat Beli	0,130	1,993	0,047	H1 Diterima
Sikap ->Niat Beli	0,756	15,752	0,000	H2 Diterima
Norma Subjektif -> Niat Beli	0,069	1,024	0,306	H3 Ditolak

Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh nilai *original sampel* sebesar 0,130, *T statistik* 1,993 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,047 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap niat beli produk wardah berlabel halal, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini bermakna Jika tingkat religiusitas seseorang tersebut baik dan paham terhadap pengetahuan beragama maka niat seseorang membeli produk halal juga akan baik dan meningkat

Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,756, *T statistik* 15,752 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat beli produk wardah berlabel halal di kota Bukittinggi, sehingga hipotesis kedua (H₂) diterima

Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar

0,069 *T statistik* 1.024 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,306 (besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat beli produk wardah berlabel halal dikota Bukittinggi sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli produk wardah berlabel halal dikota Bukittinggi.
2. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli produk wardah berlabel halal dikota Bukittinggi.
3. Norma Subjektif tidak berpengaruh terhadap Niat Beli produk wardah berlabel halal dikota Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Amstrong. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Nasrullah, Muhammad. 2015. Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, volume 13, nomor 2, Desember 2015 : 79-87.
- Schiffman, Leon G, and Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior* 7e, Int Edition. New Jersey: Prenhallindo.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta